**Dotační titul č. 1: Podpora významných akcí v cestovním ruchu**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |
| **Stanovená Kritéria** | **Popis** |  | **Jak doložit** | **Bodové hodnocení** |  |
| 1. Počet účastníků | Průměrný počet návštěvníků za poslední 3 ročníky | Statistiky z posledních tří ročníků, vstupenky, registrace | nad 500 | 20 |
| do 500 | 10 |
| 2. Ekonomický dopad | Předpokládané využití místní infrastruktury (hotely, restaurace, služby ) | Položkový rozpočet s označením „místní dodavatel“ a objednávky/potvrzení partnerů | Výrazný a dobře doložený dopad.  | 15 |
| 1-2 místní služby doloženy | 10 |
| Obecná zmínka bez doložení | 5 |
| Bez doložení | 0 |
| 3. Marketing a propagace | Viditelnost akce v médiích, online, tisk, sociální sítě. Zaměření na dosah mimo region a přínos pro zviditelnění místa konání (max. 6 bodů) | Popis marketingového plánu  | využití webu a sociálních sítí | 0-2 |
| doložení spolupráce s TIC /TO (viz. Příloha č.8) | 0-2 |
| zapojení rádia/TV, influencerů | 0-2 |
| 4. Délka trvání akce | Počet dní konání akce | Harmonogram/program | 3 a více dní | 5 |
| 2 dny | 4 |
| 1 den | 3 |
| 5. Termín konání akce | Akce se koná mimo hlavní sezónu a přispívá k rozšíření turistické nabídky (např. jaro, podzim, zima) | Datum konání | březen-květen, září-listopad | 10 |
| prosinec, leden, únor | 5 |
| červen, červenec, srpen | 3 |
| 6. Inovativnost a originalita akce | Originální nápady, netradiční formáty, nové cílové skupiny nebo neobvyklé kombinace témat, obohacující cestovní ruch v regionu | Popis akce a programu, srovnání s běžnou nabídkou | Výrazně originální a přitažlivá  | 15 |
| Zajímavá, ale podobná už existuje | 10 |
| Běžná, bez nové hodnoty | 5 |
| 7. Využití atraktivit v kraji | Propagace, zapojení a jiné využití přírodní, technické historické či jiné turistické atraktivity regionu | Popis akce a programu | Úzké spojení s atraktivitami regionu | 10 |
| Částečné využití atraktivit regionu | 5 |
| Akce nemá žádnou vazbu | 0 |
| 8. Finanční spoluúčast žadatele | Podíl vlastních/neveřejných zdrojů na celkových nákladech |  Rozpočet akce | >80 % | 10 |
| 66-80 % | 5 |
| < 65 % | 0 |
| 9. Finanční dostupnost pro návštěvníky | Otevřenost a přístupnost akce široké veřejnosti z pohledu výše vstupného | Stručný popis v žádosti (např. vstupné, slevy, cílové skupiny), případně odkaz na web, ceník, program | Akce je zcela zdarma pro všechny návštěvníky  | 10 |
| Symbolické/poplatkové vstupné do 100 Kč za dospělou osobu | 5 |
| Kombinace bezplatné a zpoplatněné části | 3 |
| Běžné komerční vstupné (100 Kč a více) | 0 |
| 10. Dlouhodobá udržitelnost akce | Plán na opakování akce v dalších letech | Strategický plán, popis záměru do budoucna | Akce má dlouhodobou perspektivu a plán na více ročníků | 5 |
| Akce je zcela jednorázová | 0 |
| 11. Bezbariérovost a přístupnost akce | Zohlednění potřeby osob se zdravotním nebo jiným omezením, seniorů, rodičů s kočárky | Popis přístupnosti, fotodokumentace, plánek | Akce je plně přístupná | 5 |
| Částečně přístupná | 3 |
| Nepřístupná | 0 |

**Dotační titul č. 2: Podpora akcí cestovního ruchu v oblasti MICE**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Stanovená Kritéria** | **Popis** |  | **Jak doložit** | **Bodové hodnocení** |  |
| 1. Počet účastníků | Předpokládány počet návštěvníků | Kapacity akce, předchozí statistiky, registrace | vyšší než 100 | 20 |
| 20-100 | 10 |
| 2. Přínos pro cestovní ruch v kraji | Zapojení účastníků do poznávání regionu, zážitkové a outdoorové aktivity | Popis programu, plán aktivit, fotodokumentace | Min. 2 aktivity zapojující účastníky | 20 |
| Min. 1 aktivita | 10 |
| Žádné aktivity  | 0 |
| 3. Turistický přesah akce  | Původ účastníků akce | Statistiky účastníků s vyznačením jejich původů  | Účastníci z jiných regionů a zemí  | 10 |
| Regionální účastníci | 5 |
| Místní účastníci | 0 |
| 4. Marketing a propagace | Viditelnost akce a propagace regionu v médiích, online, tisk, sociální sítě. Zaměření na dosah mimo region a přínos pro zviditelnění místa konání (max. 6 bodů) | Popis marketingového plánu, výstupy z minulých let | Web a sociální sítě | 0-2 |
| Spolupráce s Moravian Silesian Tourism | 0-2 |
| Zapojení rádia/TV, influencerů | 0-2 |
| 5. Délka trvání akce | Počet dní konání akce | Harmonogram/program | 3 a více dní | 10 |
| 2 dny | 0 |
| 6. Termín konání akce | Akce se koná mimo hlavní sezónu a přispívá k rozšíření turistické nabídky (např. jaro, podzim, zima) | Datum konání | Jaro, podzim | 10 |
| zima | 5 |
| léto | 3 |
| 7. Finanční spoluúčast žadatele | Podíl vlastních/neveřejných zdrojů na celkových nákladech |  Rozpočet akce | >80 % | 10 |
| 66-80 % | 5 |
| < 65 % | 0 |